

PERSEPSI MAHASISWA TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK (STUDI PADA MAHASISWA FIS UNM)

RISKA INAYAH

Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Makassar

riskainayahidris@gmail.com

ABSTRAK

Riska Inayah. 2020. “Persepsi Mahasiswa tentang Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik (Studi pada Mahasiswa FIS UNM)”. Skripsi Jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makassar. Dibimbing oleh Irsyad Dahri selaku Pembimbing I dan Nurharsyah Khaer Hanafie selaku Pembimbing II. Penelitian ini bertujuan, 1) Untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik 2) Untuk mengetahui faktor penghambat perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan deskriptif. Adapun sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu hasil wawancara dengan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial. Sedangkan data sekunder yaitu literatur seperti buku dan undang-undang maupun sumber lain yang berkaitan. Teknik pengumpulan data meliputi: Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Pengetahuan mahasiswa terkait hak-hak selaku konsumen dalam transaksi elektronik ternyata tidak ketahui secara keseluruhan oleh mahasiswa sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Adapun hak-hak yang hanya diketahui oleh mahasiswa yaitu a) Berhak untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan barang yang yang dijanjikan, b) Berhak untuk mendapatkan rasa aman, c) Berhak untuk mendapatkan pelayanan yang baik, d) Berhak untuk mendapatkan ganti rugi atas barang yang tidak sesuai yang dijanjikan, serta e) Berhak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. 2). Faktor yang menghambat perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi elektronik yaitu: a) Kurangnya pengetahuan mahasiswa akan hak-hak konsumen, b) Pelaku Usaha yang tidak melaksanakan kewajibannya, dan c) Kurangnya peran pemerintah dalam melakukan sosialisasi tentang perlindungan konsumen kepada masyarakat

Kata Kunci : *Persepsi, Mahasiswa, Transaksi Elektronik*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terjadi dewasa ini membuat perubahan pola hidup manusia dalam bersosialisasi. Teknologi informasi dan komunikasi telah mengambil posisi yang amat strategis karena menghadirkan suatu dunia tanpa batas, jarak, ruang dan waktu yang berdampak pada peningkatan produktivitas dan efisiensi.¹

Perkembangan teknologi ini berdampak pada perubahan di berbagai bidang, seperti sosial, ekonomi, dan politik, serta berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat, dan pola konsumsi serta tata cara berjualan dan berbelanja. Pasar sebagai tempat bertemunya permintaan dan penawaran mengalami perubahan. Pembeli dan penjual tidak lagi harus bertatap muka untuk melakukan transaksi. Munculnya internet sebagai media baru, mendorong perubahan ini menjadi lebih maju. Kecepatan, kemudahan, serta murah biaya internet menjadi pertimbangan banyak orang untuk memakainya, termasuk untuk melakukan transaksi.² Fenomena ini dikenal dengan *e-commerce*. *E-commerce* lahir atas tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang serba cepat, mudah dan praktis. Melalui *e-commerce*, masyarakat memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memilih produk (barang dan jasa) yang akan dipergunakan tentunya dengan berbagai kualitas dan kuantitas sesuai dengan yang diinginkan³

Berbelanja secara online memang saat ini sedang dinikmati oleh sebagian besar mahasiswa, karena dengan cara baru inilah mahasiswa tidak perlu merasa kesulitan lagi untuk memperoleh barang

yang diinginkan. Memilih barang apa saja yang diinginkan, cukup dengan memilih gambar yang tersedia di account online shop tersebut lalu memesannya secara langsung, membayar dengan cara mentransfer langsung, hal ini sangat mudah untuk dilakukan.

Kondisi seperti ini, pada satu sisi menguntungkan konsumen, karena kebutuhan terhadap barang atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi. Namun disisi lain, fenomena tersebut menempatkan kedudukan konsumen terhadap produsen menjadi tidak seimbang, dimana konsumen berada pada posisi yang lemah. Karena konsumen menjadi objektivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang besar melalui kiat promosi dan cara penjualan yang merugikan konsumen.⁴

Masalah yang menyangkut perlindungan hak-hak konsumen semakin mendesak dalam hal seorang konsumen melakukan transaksi elektronik dengan penjual sering kali terjadi kecurangan. Kecurangan-kecurangan tersebut seperti barang yang dibeli tidak sesuai dengan kualitas yang dijanjikan dan harga barang.

Berdasarkan data oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional mengungkapkan:

“Sepanjang tahun 2019, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menerima 1.510 aduan masyarakat Indonesia terkait pelanggaran hak-hak konsumen. Koordinator Komisi III BPKN Rizal E. Halim mengungkapkan, dari ribuan aduan tersebut, potensi kerugian konsumen mencapai Rp 3,35 triliun”⁵

Hal tersebut apabila dibiarkan begitu saja maka terdapat ketidak seimbangan terhadap perlindungan hak

¹ Siswanto Sunarso. 2009. *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik: Studi Kasus Prita Mulyasari*. Jakarta:Rineka Cipta. Hal 39

² Imam, Sjaiputra. 2002. *Problematika Hukum Internet Indonesia*. Jakarta:Prenhalindo. Hal 92

³ Didik, dkk. 2005. *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama. Hal 144

⁴ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. 2003. *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta:Gramedia Hal. 12

⁵ Lidyana, Vadhia. “Badan Perlindungan Konsumen Terima Ribuan Aduan, Total Kerugian Rp 3 Triliun”. Tanggal 1 September 2020. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4824372/badan-perlindungan-konsumen-terima-ribuan-aduan-total-kerugian-rp-3->

bagi setiap konsumen, sedangkan apabila merujuk Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sangat jelas perlindungan hak yang harus dipenuhi dan dilindungi.

Adanya perlindungan konsumen yang berarti memang perlu diperhatikan untuk melindungi hak-hak konsumen itu sendiri. Perlu adanya pertanggungjawaban seperti produk dalam belanja online, Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Pada dasarnya prinsip tanggung jawab merupakan hal yang sangat penting dalam perlindungan konsumen, agar dalam pelaksanaan transaksi jual beli online terjadi keharmonisan antara penjual dan pembeli yang sama-sama tidak dirugikan

Hasil observasi yang dilakukan di Universitas Negeri Makassar dengan menggunakan metode wawancara, menyatakan bahwa “Perlindungan terhadap konsumen selama berbelanja online masih kurang baik karena konsumen masih mengalami kerugian pada saat berbelanja seperti barang yang dipesan tidak sampai ketangan konsumen atau barang yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan atau diiklankan”

Hasil uraian permasalahan yang telah disebutkan, maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana persepsi mahasiswa tentang perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik, untuk menjawab hal tersebut maka peneliti mengangkat judul **“Persepsi Mahasiswa tentang Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar)”**

TINJAUAN PUSTAKA

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Secara etimologi persepsi berasal dari bahasa Inggris Perception yang dalam pengertian bahasa Indonesia diartikan

sebagai penglihatan, daya tanggapan memahami, atau menanggapi. Persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi⁶. Sebagai suatu proses, persepsi selalu mensyaratkan objek. Dengan kata lain, persepsi merupakan pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak. Seseorang mengelompokkan informasi dari berbagai sumber kedalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu.

Dalam pengertian Psikologi bahwa:

Persepsi adalah proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (*penginderaan*) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri⁷.

Menurut Mar’at Persepsi merupakan proses pengamatan seseorang yang berasal dari komponen kognisi”. Persepsi ini dipengaruhi oleh faktor-faktor pengalaman, proses belajar, cakrawala dan pengetahuannya. Manusia mengamati suatu obyek psikologik dengan kacamata sendiri yang diwarnai oleh nilai dari kepribadiannya. Sedangkan obyek psikologik ini dapat berupa kejadian, ide atau situasi tertentu. Faktor pengalaman, proses belajar atau sosialisasi memberikan bentuk dan struktur terhadap apa yang dilihat. Sedangkan pengetahuannya dan cakrawalanya memberikan arti terhadap obyek psikologik tersebut. Melalui komponen kognisi ini akan timbul ide, kemudian konsep mengenai apa yang dilihat. Berdasarkan nilai dan norma yang dimiliki

⁶ Salemba Humanika. 2011. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Tim Penulis Fakultas Psikologi UI

⁷ Saleh, Abdul Rahman, 2004. *Psikologi (suatu pengantar dalam perspektif islam)*, Jakarta:PT. Fajar Interpratama Offset. Hal.116

pribadi seseorang akan terjadi keyakinan (*belief*) terhadap obyek tersebut.⁸

b. Hakikat Persepsi

- 1) Persepsi merupakan kemampuan kognitif

Persepsi ternyata banyak melibatkan kegiatan kognitif. Pada awal pembentukan persepsi, orang telah menentukan apa yang akan diperhatikan. Setiap kali kita memusatkan perhatian lebih besar kemungkinan kita akan memperoleh makna dari apa yang kita tangkap, lalu menghubungkannya dengan pengalaman yang lalu, dan kemudian akan diingat kembali.

Kesadaran juga mempengaruhi persepsi. Bila kita dalam keadaan bahagia, maka pemandangan yang kita lihat akan sangat indah. Tapi sebaliknya, jika kita dalam keadaan murung, pemandangan indah yang kita lihat akan membuat kita merasa bosan. Ingatan berperan juga dalam persepsi. Indra kita secara teratur akan menyimpan data yang kita terima, dalam rangka memberi arti. Orang cenderung terus-menerus untuk membandingkan penglihatan, suara dan penginderaan yang lainnya dengan ingatan pengalaman lalu yang mirip. Proses informasi juga mempunyai peran dalam persepsi. Bahasa jelas dapat mempengaruhi kognisi kita, memberikan bentuk secara tidak langsung.

Pengujian hipotesis merupakan komponen pusat persepsi yang mengelola informasi. Sering terjadi, interpretasi terhadap data penginderaan hanya mempunyai satu kemungkinan saja, sehingga “pencarian” untuk hipotesis persepsi yang tepat dilakukan dengan sangat cepat, otomatis dan berada sedikit dibawah alam kesadaran.

⁸ Mar’at, 1981. *Sikap manusia perubahan serta pengukurannya*, Hal.22

- 2) Pesan Atensi dalam Persepsi

Beberapa psikolog melihat atensi sebagai jenis alat saringan (filter), yang akan menyaring semua informasi pada titik yang berbeda dalam proses persepsi. Sebaliknya, psikolog lain yakin bahwa manusia mampu memusatkan atensinya terhadap apa yang mereka kehendaki untuk dipersepsikan, dengan secara aktif melibatkan diri mereka dengan pengalaman-pengalaman tanpa menutup ransangan lain yang saling bersaing.⁹

c. Syarat Terbentuk Persepsi

- 1) Adanya objek yang dipersepsikan, objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar langsung mengenai alat indera (reseptor) dapat datang dari dalam yang langsung mengenai syaraf penerima (sensoris) yang berkerja sebagai reseptor.
- 2) Adanya alat indera atau reseptor yang cukup baik, yaitu alat untuk menerima stimulus. Disamping itu harus ada pula syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf sensoris yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Dan sebagai alat untuk mengadakan respons diperlukan syarat motoris.
- 3) Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi sesuatu diperlukan pula adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan persepsi. Tanpa perhatian tidak akan terjadi persepsi.

d. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor yang mempengaruhi persepsi, sebagai berikut:

⁹ Shaleh, Rahman, A. 2003. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Cetakan ke-4. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, hal. 128-129.

- 1) Minat, artinya semakin tinggi minat seseorang terhadap suatu objek atau peristiwa, maka semakin tinggi juga minat dalam memersepsikan objek atau peristiwa.
- 2) Kepentingan, artinya semakin dirasakan penting terhadap suatu objek atau peristiwa tersebut bagi diri seseorang, maka semakin peka dia terhadap objek-objek persepsinya.
- 3) Kebiasaan, artinya objek atau peristiwa semakin sering dirasakan seseorang, maka semakin terbiasa dirinya di dalam membentuk persepsi
- 4) Konstansi, artinya adanya kecenderungan seseorang untuk selalu melihat objek atau kejadian secara konstan sekalipun sebenarnya itu observasi dalam bentuk, ukuran, warna dan kecenderungan.¹⁰

2. Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Kepastian hukum yang dimaksud adalah untuk melindungi hak-hak konsumen yang diperkuat melalui undang-undang, memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi sewenang-wenang yang selalu merugikan hak konsumen.¹¹

Perlunya perlindungan konsumen tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan pelaku usaha. Namun agar tujuan tersebut dapat dicapai,

ada beberapa syarat yang harus dipenuhi yaitu :

- 1) Perlindungan konsumen harus adil bagi konsumen maupun pelaku usaha, jadi tidak hanya membebani pelaku usaha dengan tanggung jawab, tetapi juga melindungi hak – haknya untuk melakukan usaha dengan jujur;
- 2) Aparat pelaksanaan hukumnya harus dibekali dengan sarana yang memadai dan disertai dengan tanggung jawab;
- 3) Peningkatan kesadaran konsumen akan hak – haknya;
- 4) Mengubah sistem nilai dalam masyarakat kearah sikap tindak yang mendukung pelaksanaan perlindungan konsumen.¹²

b. Asas Perlindungan Konsumen

Asas perlindungan konsumen ditetapkan dalam pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

- 1) Asas Manfaat
- 2) Asas Keadilan
- 3) Asas Keseimbangan
- 4) Asas Keamanan dan Keseimbangan Konsumen
- 5) Asas Kepastian Hukum

c. Tujuan Perlindungan Hukum

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan tujuan perlindungan konsumen sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang/jasa
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih,

¹⁰ Su’adah, Fauzik Lendriyono. 2003. *Pengantar Psikologi*. Malang:Bayumedia Publishing, hal 32

¹¹ Sidabalok, Janus. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung:PT. Citra Aditya Bakti. Hal 9

¹² Celina Tri Siwi Kristiyantin. 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta. Penerbit Sinar Grafika

menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen

- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.
- 6) Meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang/jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

d. Faktor Penghambat Perlindungan Konsumen

Menurut Happy Susanto ada beberapa faktor yang menghambat perlindungan terhadap konsumen yaitu :

- 1) Masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya
- 2) Belum terkondisikannya “masyarakat konsumen” karena sebagian masyarakat masih ada yang belum mengetahui tentang apa saja hak-haknya dan kemana hak-haknya dapat disalurkan jika mendapatkan kesulitan atau kekurangan dari standar barang atau jasa yang sewajarnya.
- 3) Belum terkondisikannya masyarakat konsumen menjadi masyarakat yang mempunyai kemauan untuk menuntut hak-haknya.
- 4) Posisi konsumen yang selalu lemah
- 5) Proses peradilan yang sulit dan memakan waktu yang berkepanjangan¹³

3. Konsumen

a. Pengertian Konsumen

Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur pengertian konsumen yaitu: “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan

b. Hak Konsumen

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai hak konsumen yaitu:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang di janjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang di gunakan.
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk di perlakukan atau di layanai secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang di terima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang di atur dalam ketentuan peraturan perundangan lainnya.

¹³ Susanto, Happy. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia. Hal. 7

c. Kewajiban Konsumen

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang kewajiban konsumen yaitu:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa, demi keamanan dan keselamatan
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang di sepakati
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

4. Pelaku Usaha

a. Pengertian Pelaku Usaha

Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan pengertian Pelaku Usaha adalah bahwa: "Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia. Baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

b. Hak Pelaku Usaha

Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam

penyelesaian hukum sengketa konsumen;

- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

c. Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang kewajiban pelaku usaha sebagai berikut:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang di produksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan atau/jasa yang berlaku.
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan atau/ mencoba barang dan atau/jasa tertentu serta memberi jaminan dan/ atau garansi atas barang yang di buat dan/atau yang di perdagangkan.
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang di perdagangkan.
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan atau.jasa yang di terima atau di manfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

d. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Pelindungan Konsumen disebutkan mengenai tanggungjawab pelaku usaha yaitu :

- 1) Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/ atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan
- 2) Ganti rugi sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/ atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 3) Penggantian ganti rugi dilakukan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

5. Transaksi Elektronik

Electronic Commerce Transaction adalah transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik (digital medium) di mana para pihak tidak hadir secara fisik dan medium ini terdapat dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu internet. Transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional.

¹⁴ Menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya¹⁵

¹⁴ Mariam Darus Badruzaman . 2001. Kompilasi Hukum Perikatan . Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti

¹⁵ Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif yang menggambarkan subjek yang diteliti dengan tujuan menggambarkan secara sistematis fakta, dan karakteristik subjek yang akan diteliti.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menjelaskan kejadian atau fakta, keadaan, atau fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan persepsi mahasiswa mengenai perlindungan hak-hak konsumen dalam transaksi elektronik serta faktor yang menghambat terhadap perlindungan hak konsumen dalam transaksi elektronik.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar yang beralamat di Jl. A.P. Pettarani Kelurahan Rappocini Kecamatan Tamalate. Dengan pertimbangan teknis seperti ketersediaan data yang diperlukan, juga mempermudah untuk beradaptasi dengan responden agar memperoleh data yang lebih akurat.

3. Tahap-Tahap Kegiatan Penelitian

Ada 3 tahap dalam penelitian ini yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan, dan laporan penelitian.

1. Tahap Perencanaan

Adapun langkah-langkah penelitian yang termasuk dalam tahap perencanaan yaitu sebagai berikut :

- a. Penentuan atau pemilihan masalah
- b. Mengadakan studi pendahuluan
- c. Perumusan masalah

- d. Latar belakang
- e. Tujuan dan manfaat penelitian
- f. Tinjauan pustaka dan kerangka konsep
- g. Perumusan metode penelitian
- 2. Tahap pelaksanaan
Adapun langkah-langkah dalam tahap pelaksanaan yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :
 - a. Pengumpulan data
 - b. Pengelolaan data
 - c. Analisis data
 - d. Penafsiran hasil analisis
 Kegiatan selanjutnya adalah melakukan tugas lapangan dalam rangka mengumpulkan data untuk kemudian diproses. Proses ini meliputi penyuntingan dan analisis sebagai dasar penulisan laporan dan penarikan kesimpulan.
- 3. Tahap penulisan laporan penelitian
Penulisan laporan penelitian merupakan tahap akhir dari rangkaian proses penelitian. Tahap ini yaitu membuat laporan mengenai hasil penelitian secara tertulis. Laporan secara tertulis perlu dibuat agar peneliti dapat mengkomunikasikan hasil penelitiannya kepada para pembaca.

HASIL PENELITIAN

Untuk mengetahui pandangan Mahasiswa FIS UNM tentang perlindungan hak konsumen, maka peneliti menggunakan pengumpulan data dengan cara wawancara. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 20 mahasiswa. Responden yang digunakan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan metode *purposive sampling* (sampel bersyarat) yang mana responden tersebut ditentukan sesuai dengan judul penelitian yaitu Mahasiswa FIS UNM dan pernah melakukan pembelian secara *online*. Adapun hasil penelitian dapat diuraikan sebagai berikut

1. Pengetahuan mahasiswa FIS UNM tentang perlindungan hak konsumen dalam transaksi elektronik

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa: pengetahuan mahasiswa terkait hak-hak konsumen yang harus didapatkan secara keseluruhan mahasiswa mengemukakan bahwa (1). Berhak untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan barang yang yang dijanjikan, (2) Berhak untuk mendapatkan rasa aman, (3) Berhak untuk mendapatkan pelayanan yang baik, (4) Berhak untuk mendapatkan ganti rugi atas barang yang tidak sesuai yang dijanjikan, serta (5). Berhak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan

2. Faktor penghambat perlindungan hak terhadap konsumen dalam transaksi elektronik

Hasil wawancara di atas menunjukkan pengetahuan Mahasiswa FIS UNM terkait faktor yang menghambat perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik adalah kurangnya pengetahuan mahasiswa terkait hak-haknya selaku konsumen, pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab atas pemenuhan hak konsumen, serta kurangnya sosialisasi peraturan yang dilakukan pemerintah untuk memberi pemahaman kepada masyarakat atau mahasiswa.

PEMBAHASAN

1. Pengetahuan mahasiswa FIS UNM tentang perlindungan hak konsumen dalam transaksi elektronik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa terkait hak-hak konsumen yang harus didapatkan secara keseluruhan mahasiswa mengemukakan bahwa (1). Berhak untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan barang yang yang dijanjikan, (2) Berhak untuk mendapatkan rasa aman, (3) Berhak untuk mendapatkan pelayanan yang baik, (4) Berhak untuk mendapatkan ganti rugi atas barang yang tidak sesuai yang dijanjikan, serta (5). Berhak untuk

didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan dan menurut mahasiswa mengenai hak-hak yang tidak terpenuhi pada saat berbelanja online yaitu (1). Berhak untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan barang yang yang dijanjikan, (2) Berhak untuk mendapatkan ganti rugi atas barang yang tidak sesuai yang dijanjikan, (3) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang yang digunakan konsumen. Apabila merujuk pada Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen masih ada beberapa hak-hak konsumen yang belum diketahui oleh mahasiswa seperti: (1). Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, (2). Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen. Terkait 2 hak yang tidak diketahui oleh mahasiswa sebenarnya sangat penting karena apabila mengalami kerugian mahasiswa selaku konsumen dapat menyelesaikan permasalahannya yang dialami dengan menempuh jalur litigasi dan atau secara non litigasi.

Namun apabila ditinjau dari segi pengetahuan mahasiswa ternyata yang ditemukan adalah tidak semua hak-hak mahasiswa selaku konsumen diketahui secara menyeluruh sesuai dengan teori atau undang-undang yang mengatur. Kebanyakan mahasiswa yang telah diwawancara hanya mengetahui beberapa haknya selaku konsumen, begitupun apabila ditinjau dari segi pengalaman mahasiswa yang pernah berbelanja secara online tidak semua hak-haknya dipenuhi oleh pelaku usaha.

Selanjutnya, pengetahuan mahasiswa terkait regulasi atau peraturan yang mengatur perlindungan konsumen. Peneliti menemukan bahwa mahasiswa selaku konsumen rata-rata tidak mengetahui akan regulasi atau peraturan yang mengatur. Mahasiswa

hanya sekedar mengetahui bahwa ada peraturan yang mengatur, dan adapula mahasiswa sama sekali tidak mengetahui adanya regulasi yang mengatur perlindungan konsumen. Hal ini apabila mahasiswa mencermati dan memahami betul peraturan-peraturan yang mengatur perlindungan konsumen, maka setidaknya dapat meminimalisir terjadinya kerugian ataupun kekecewaan pada saat melakukan transaksi secara elektronik.

Pentingnya pengetahuan mahasiswa tentang regulasi atau peraturan yang mengatur perlindungan konsumen, selain dapat meminimalisir resiko yang terjadi, mahasiswa juga akan mengetahui hal-hal dasar bagaimana menjadi konsumen yang mengetahui hak dan kewajibannya, dan mahasiswa tidak hanya sekedar mengetahui akan hak dan kewajibannya melainkan dapat memperjuangkan hakaknya, serta mahasiswa akan memahami bentuk penyelesaian sengketa dengan menempuh jalur hukum atau membawa perkara tersebut sampai ke ranah peradilan.

2. Faktor penghambat perlindungan hak terhadap konsumen dalam transaksi elektronik

Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa faktor yang menghambat perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Faktor yang menghambat adalah sebagai berikut:

- a) Kurangnya pengetahuan mahasiswa akan hak-hak konsumen

Faktor yang menghambat sehingga tidak adanya perlindungan yang didapatkan oleh mahasiswa diakibatkan karena kurangnya pengetahuan mahasiswa terkait haknya selaku konsumen. Kurangnya pengetahuan mahasiswa disebabkan karena hanya berfokus pada barang yang akan dibeli, sementara dalam hal mencari pengetahuan tentang hak-hak konsumen

minim akan hal tersebut, sehingga dalam proses transaksi yang dilakukan oleh mahasiswa untuk mendapatkan barang yang diinginkan pada akhirnya hanya akan berujung pada kebingungan, kekecewaan bahkan kerugian yang akan dialami saat melakukan proses transaksi elektronik.

b) Pelaku usaha yang tidak melaksanakan kewajibannya

Pelaku usaha yang tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana hasil penelitian yang ditemukan merupakan faktor penghambat bagi mahasiswa untuk mendapatkan perlindungannya, oleh sebab itu apabila dilihat dari sisi pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab, maka hal tersebut menunjukkan masih banyaknya pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Hal ini dapat dilihat dari tidak adanya respon yang diberikan oleh pelaku usaha ketika mahasiswa selaku konsumen ingin meminta ganti rugi atau kompensasi atas barang yang dipesan, padahal ini adalah salah satu bentuk kewajiban pelaku usaha yang telah di atur dalam Pasal 7 ayat (g) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu “Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian”

c) Kurangnya sosialisasi perlindungan konsumen yang dilakukan pemerintah

Sosialisasi adalah penyebaran informasi terhadap program atau kegiatan, serta peraturan yang telah diberlakukan yang dilakukan oleh pemerintah, dimana tujuan sosialisasi diharapkan untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa akan hak-haknya selaku konsumen dan bagaimana cara mempertahankan hak-haknya, serta bagaimana cara untuk mendapatkan

perlindungan yang sebenarnya. Oleh sebab itu, sosialisasi sebagai pendidikan konsumen harus terintegrasi dalam aktifitas pemberdayaan karena sebagai bekal pengetahuan bagi mahasiswa untuk memahami maksud yang disosialisasikan, serta sebaiknya sosialisasi secara terus menerus dilakukan agar mahasiswa selaku konsumen mampu menanggulangi masalah-masalah yang dihadapi, seperti kerugian yang dialami dalam melakukan transaksi elektronik

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pengetahuan mahasiswa terkait hak-hak selaku konsumen dalam transaksi elektronik ternyata tidak ketahui secara keseluruhan oleh mahasiswa sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Adapun hak-hak yang hanya diketahui oleh mahasiswa yaitu (1) Berhak untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan barang yang yang dijanjikan, (2) Berhak untuk mendapatkan rasa aman, (3) Berhak untuk mendapatkan pelayanan yang baik, (4) Berhak untuk mendapatkan ganti rugi atas barang yang tidak sesuai yang dijanjikan, serta (5) Berhak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
2. Faktor yang menghambat perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi elektronik yaitu: (1) Kurangnya pengetahuan mahasiswa akan hak-hak konsumen, (2) Pelaku Usaha yang tidak melaksanakan kewajibannya, dan (3) Kurangnya peran pemerintah dalam melakukan sosialisasi tentang pendidikan perlindungan konsumen kepada masyarakat atau mahasiswa selaku konsumen.

SARAN

1. Bagi para mahasiswa selaku konsumen harus memahami bahwa sebagai konsumen memiliki hak hak yang harus dihormati dan dipenuhi oleh pelaku usaha, dan juga mahasiswa harus benar- benar memperjuangkan hak- haknya jika pelaku usaha tidak memenuhi hak hak konsumen dalam bertransaksi elektronik.
2. Bagi para mahasiswa selaku konsumen sebaiknya lebih selektif lagi dalam melakukan transaksi elektronik dan mengedepankan aspek keamanan dan kehati-hatian sebagai pertimbangan utama dalam melakukan transaksi jual beli secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Siswanto, Sunarso. 2009. *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik: Studi Kasus Prita Mulyasari*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Imam, Sjaputra. 2002. *Problematika Hukum Internet Indonesia*. Jakarta:Prenhalindo.
- Didik, dkk. 2005. *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Gunawan, Widjaja dan Ahmad Yani. 2003. *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta:Gramedia
- Salemba Humanika. 2011. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Tim Penulis Fakultas Psikologi UI
- Saleh, Abdul Rahman, 2004. *Psikologi (suatu pengantar dalam perspektif islam)*, Jakarta:PT.Fajar Interpratama Offset

Mar'at, 1981. *Sikap manusia perubahan serta pengukurannya*

- Shaleh, Rahman, A. 2003. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Cetakan ke-4. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Su'adah, Fauzik Lendriyono. 2003. *Pengantar Psikologi*. Malang: Bayumedia Publishing

Sidabalok, Janus. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung :PT. Citra Aditya Bakti

Celina Tri Siwi Kristiyantin. 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta. Penerbit Sinar Grafika

Susanto, Happy. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta:Visimedia.

Mariam Darus Badrulzaman . 2001. *Kompilasi Hukum Perikatan* . Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti

Peraturan Perundang-undangan

Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 251 Tahun 2016)

Internet/Website

_____. "Badan Perlindungan Konsumen Terima Ribuan Aduan, Total Kerugian Rp 3 Triliun" . diakses tanggal 1 September 2020. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4824372/badan-perlindungan-konsumen-terima-ribuan-aduan-total-kerugian-rp-3->